

## **„Dürfen“ – ein Wort, vermeintlich höflich benutzt, das zweischneidig wirkt**

Kommunikation ist das, was ankommt. Gut gemeint kommt manchmal schlecht an.

Stellen Sie sich die folgende Situation vor: Sie kommen als Kunde zu einer Beratung – sei es bei einer Bank, bei einem Autoverkäufer oder einem Rechtsanwalt oder sonst irgendwo. Um vermeintlich höflich zu wirken, sagt der Berater oder die Beraterin zu Ihnen: „Sie dürfen hier Platz nehmen.“ – Wie großzügig!

Und stellen Sie sich vor, die Beratung nähert sich dem Abschluss, gegebenenfalls einem Kaufabschluss, und Ihr Gegenüber will erneut höflich sein und sagt zu Ihnen: „Sie dürfen hier unterschreiben.“ – oft begleitet durch den ausgestreckten Zeigefinger und der (dominanten) Handbewegung von oben nach unten.

Ähnlichen Gebrauch von „dürfen“ finden Sie in zahlreichen Hotels und Restaurants: „Ich darf Ihnen die Speisekarte reichen.“, „Ich darf Ihnen die Suppe servieren.“, ...

Ja, das mag vordergründig höflich klingen. Und ist in nahezu allen Fällen wohl auch höflich gemeint. Solche Formulierungen wurden im vermeintlich guten Glauben vermittelt, mit ihnen freundlich zu wirken – tatsächlich jedoch wurden sie schlecht antrainiert, weil unzureichend in ihrer Wirkung reflektiert!

Ein kurzer Blick in die Semantik hilft weiter: „Dürfen“ beinhaltet stets, dass jemand einem anderen etwas erlaubt. Und „erlauben“ ist – je nach Situation – stets mehr oder weniger stark mit Hierarchie, mit „in der besseren Position sein“, mit Gönnerhaftigkeit verbunden. „Sie dürfen hier Platz nehmen.“ heißt nichts anderes als: Ich erlaube es Ihnen und ich bestimme zugleich damit, welchen Platz ich Ihnen zuteile.

„Ich darf Ihnen die Speisekarte reichen“ oder „Ich darf Ihnen die Suppe servieren.“ lässt vom Wortsinn her vermuten, dass sich die Servicekraft die Erlaubnis zum „Auftritt“ vor dem Gast geholt hat, von wem auch immer. Doch Sie wie ich wissen, dass diese Interpretation natürlich im Einzelfall praxisfremd wäre. Nein, es ist schlichtweg eine Floskel, eine Sprach-Marotte, die hier zum Einsatz kommt. Unreflektiert dahingehend, wie sie beim „Empfänger“, beim Gast, ankommt. Und bei vielen kommt sie negativ an.

Nutzen Sie die Urlaubszeit – spitzen Sie Ihre Ohren – entdecken Sie solch schlecht praktizierte Kommunikation.

Lernen Sie daraus und prüfen Sie sich in Ihrem Arbeitsalltag selbst: Wie oft benutzen Sie „dürfen“? Wie meinen Sie das, was Sie sagen, und wie kommt es wohl bei Ihrem Gegenüber an? Macht es dahingehend mehr Sinn, dass Sie verändert formulieren? Stellen Sie sich diese Fragen erst recht, wenn Sie als Führungskraft, in öffentlich wirksamer Funktion oder in der Geschäftsleitung eines Unternehmens tätig sind. Denn der Gebrauch von „dürfen“ in einer hierarchisch höheren Position läuft immer Gefahr, vom Gesprächspartner missverstanden zu werden. Das Kommunikationsquadrat von Friedemann von Schulz von Thun – Sie kennen es sicher – lässt grüßen!

Wenn Sie also wirklich höflich, bestimmt und wirkungsvoll kommunizieren wollen (anstatt verdeckt von „oben herab“), dann reflektieren Sie Ihren Wortschatz und Ihre Wortwahl in bestimmten Situationen. Denken Sie an Peter F. Drucker, und betrachten Sie auch Ihre Kommunikationsmuster „mit den Augen Ihres Gegenübers“.

Verzichten Sie beispielsweise auf die Pseudo-Höflichkeitsformel „Sie dürfen ...“.

Übertragen auf das Beispiel „Sie dürfen hier Platz nehmen.“: höflich und wertschätzend, gleichzeitig auch klar und bestimmt klingt es, wenn Sie sagen: „Bitte nehmen Sie hier Platz.“ Das Ziel ist in beiden Formulierungen identisch: die andere Person soll sich setzen, idealerweise am von Ihnen empfohlenen Platz. Die Wirkung auf die angesprochene Person jedoch ist zwischen beiden Formulierungen höchst unterschiedlich. Auch hier gilt: Der Ton macht die Musik. Das Wort bestimmt die Stimmung.

Viel Erfolg wünsche ich Ihnen mit diesen „Gedanken für die Praxis“. Ihr Peter A. Worel

*Peter A. Worel berät und trainiert andere Menschen, damit sie in der Öffentlichkeit, in Unternehmen, vor Kunden und im Privaten wirkungsvoll auftreten und ihr Können und Wissen überzeugend kommunizieren. Es ist ihm wichtig, Ihnen als Kunde anstatt 08/15-Lösungen zu Ihrer Persönlichkeitsstruktur passende Rhetorik- und Körpersprache-Techniken an die Hand zu geben (Sind Sie mehr ein „Alpha-Tier“? Sind Sie eher zurückhaltend, oder gar schüchtern?) und derart zu trainieren, dass Sie diese durch intensives Üben verinnerlichen und Teil Ihrer Persönlichkeit werden lassen. Damit Sie auch nach dem Training „natürlich“ statt „trainiert“ auftreten.*

*Seine Trainingsmethoden in Einzeltrainings und in firmeninternen Seminaren sowie seine Bücher und Vorträge basieren u.a. auf Ergebnissen der Gehirnforschung, wie Menschen „ticken“.*

*In seinen 18 Jahren als leitender Angestellter sammelte er selbst Auftrittserfahrungen in zahlreichen Interviews und Vorträgen sowie als Dozent. Diese Erfahrungen und seine Ausbildung in Rhetorik, Etikette und Körpersprache kommen seinen Kunden heute zugute.*

*2008 machte er sich als Trainer, Autor und Berater selbstständig. Dass er Wirtschaftsmathematik und Kirchenmusik studierte, versetzt ihn in die Lage, einerseits treffend zu analysieren und im Einklang zur jeweiligen Persönlichkeit optimal zu beraten. Und andererseits, die Trainingsinhalte mit Feingefühl und einer gesunden Portion Lockerheit und zugleich aufrüttelnd zu vermitteln.*

*In seiner Freizeit entspannt er gerne bei Musik und in der Natur. Und genießt die Gesellschaft humorvoller Menschen.*

*Ab September 2020  
für Sie auf dem Markt:*

*Bereits veröffentlicht:*



---

Sie haben die Wahl:

- firmeninterne Seminare
- Einzeltrainings
- Vorträge
- Coachings
- **NEU:** Vorbereitungstrainings für für spezielle konkret bevorstehende Situationen (Reden, Gespräche, ...)

Sie bestimmen die Inhalte. Ihre Bedürfnisse zählen. Gehen auch Sie den individuell passenden Weg!

Sie erhalten für Präsentationen, Reden, Verkaufs-, Beratungs- und Führungsgespräche sowie für weitere Situationen maßgeschneiderte Trainings, wie Sie oder Ihre Mitarbeitenden

- wirkungsvoll auftreten und kommunizieren
- Rhetorik, Etikette und Körpersprache in Einklang bringen
- durch das Wort und geschicktes Fragen effizient führen
- durch die ZFT (ZFT = zielorientierte Frage-Technik) besser verkaufen